

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu daerah yang sangat potensial untuk dijadikan tempat wisata. Indonesia memiliki keanekaragaman hayati dan keindahan alam yang mungkin tidak dimiliki oleh negara lain. Wisatawan mancanegara mengenal Indonesia banyak keanekaragaman dan masyarakat Indonesia terkenal dengan sifatnya yang ramah- ramah sehingga wisatawan mancanegara tertarik untuk datang ke Indonesia.

Perkembangan pariwisata di Indonesia sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada didalam negara Indonesia. Faktor keamanan merupakan faktor yang sangat berpengaruh untuk wisata di Indonesia. Citra Indonesia di mata dunia termasuk sektor pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan pendapatan devisa Indonesia.

Menurut Prasetya (2015) pengembangan suatu daerah dapat disesuaikan oleh pemerintah daerah dengan potensi dan ciri khas dari daerah masing- masing. Maju atau tidaknya suatu daerah sangat ditentukan oleh kemampuan dan kemauan untuk suatu tujuan melaksanakan, yaitu pemerintah daerah yang bebas berkreasi dan bereksperisi dalam rangka membangun daerahnya.

Kepariwisataan merupakan salah satu komoditi yang banyak mendatangkan devisa. Negara- negara selalu berusaha untuk mempromosikan aset pariwisata yang dimilikinya untuk menarik wisatawan. Sektor pariwisata sudah menjadi salah satu produk industri yang sangat penting, maka setiap negara berusaha untuk meningkatkan dan memajukan sektor kepariwisataannya.

Alasam mengapa pariwisata menjadi prioritas utama dalam hal pembangunan. Hal tersebut dikarenakan industri pariwisata menyangkut kegiatan lintas sektoral, pertokoan, fotografi, soffenir, dimana hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan devisi daerah. Pengembangan obyek wisata juga menciptakan lapangan kerja baru, menyerap tenaga kerja sehingga mendorong pertumbuhan produk. Pembangunan pariwisata bertujuan untuk meningkatkan ekonomi.

Kebun kurma adalah salah satu obyek wisata yang ada di Provinsi Jawa Timur yang letaknya di Kab. Pasuruan Kec. Sukorejo Desa Sukorejo. Kebun Kurma di Pasuruan baru berdiri sekitar 3 tahun dan baru di kenal oleh para wisatawan. Kebun kurma tersebut dibangun oleh PT. Duta Putri Bersaudara kebun Kurma. Penataan kawasan ini terus dilakukan dengan pembukaan lahan dan penanaman bibit kurma. Kebun Kurma juga telah dilengkapi pula dengan wahana permainan dan menyediakan pesawat Boeing 737, selain itu juga ada program manasik haji, kue olahan dari buah kurma dan asih banyak edukasi- edukasi yang lainnya yang bisa digunakan pengunjung. Luas lahan yang ditanami tanaman kurma 3,7 Ha dengan banyak tanaman yan ditanam sebanyak 36 pohon dan akan dikembangkan luas lahan sebesar 6,4 Ha dengan banyak tanaman sekitar 68 pohon. Kebun Kurma menjadi kawasan straategis kerena satu- satunya kebun kurma yang ada di Indonesia.

PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma dan Kebudayaan Kabupaten Pasuruan dalam upaya meningkatkan arus kunjungan di obyek wisata kebun kurma telah melakukan strategi- strategi dalam pengembangannya. Banyak rencana- rencana strategi yang dilakukan oleh PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma dalam rangka pengembangan pariwisata di Pasuruan, tetapi pada

pelaksanaannya masih sangat jauh dari yang diharapkan, dan masih banyaknya kendala- kendala yang ada. Begitu pula dengan strategi pengembangan yang telah dilakukan untuk meningkatkan arus kunjungan di obyek wisata kebun kurma, PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma telah menyusun strategi- strateginya dan telah dilakukan satu per satu namun dalam rangka penerapannya masih terjadi kendala yang di alami. Apakah ini dikarenakan strategi yang digunakan tidak tepat? Rencana- rencana strategi yang di ambil oleh PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma harus tepat sasaran dalam penerapannya agar tujuan- tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana profil menurut aspek pengembangan wisata kebun kurma di PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma?
2. Apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi wisata kebun kurma di PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma?
3. Bagaimana strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan wisata kebun kurma di PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti memiliki berapa tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui profil pengembangan Wisata Kebun Kurma di PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma.

2. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman wisata kebun kurma di PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma.
3. Untuk menganalisis strategi pengembangan wisata kebun kurma di PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, dapat dituliskan beberapa kegunaan penelitian, yaitu:

1. Bagi pemerintah daerah kota pasuruan, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam pengambilan keputusan untuk mengembangkan dan meningkatkan potensi daerah serta daya tarik agrowisata kebun kurma di PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma.
2. Bagi pelaku usaha, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan yang positif dalam mengembangkan dan meningkatkan potensi wisata serta daya tarik agrowisata kebun kurma di PT. Duta Putri Bersaudara Kebun Kurma.
3. Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan menjadi referensi alternatif obyek wisata di pasuruan.
4. Bagi peneliti lain, diharapkan dapat mengaplikasikan teori sebagai acuan atau dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian obyek wisata yang sejenis berikutnya.

1.5 Batasan Istilah dan Pengukuran Variabel

1.5.1 Batasan Istilah

Beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut:

1. Strategi adalah suatu rencana yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan dalam rangka mewujudkan visi dan misi yang sudah ditetapkan.
2. Pengembangan adalah suatu proses pembangunan bertahap dan teratur yang menjurus kesasaran yang diharapkan.
3. Obyek wisata merupakan sebuah tempat rekreasi yang dijadikan tujuan utama wisatawan karena memiliki daya tarik, baik alami maupun buatan manusia.
4. Daya tarik adalah suatu karakter atau ciri khas yang dimiliki oleh suatu pariwisata dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung.
5. Pariwisata adalah berbagai kegiatan wisata yang didukung serta fasilitas pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha bahkan pemerintah daerah.
6. Kekuatan adalah suatu keunggulan yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain.
7. Kelemahan adalah keterbatasan dan kurang lengkapnya fasilitas yang disediakan Wisata Kebun Kurma.
8. Peluang adalah kesempatan yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki.

9. Ancaman adalah suatu kondisi yang dapat menghambat perusahaan dalam mencapai tujuannya yang diinginkan.

1.5.2 Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan oleh peneliti meliputi dua macam variabel, yaitu variabel faktor internal dan variabel faktor eksternal:

Variabel faktor Internal:

Kekuatan (*Strengths*):

1. Adanya wahana permainan yang menarik
2. Adanya bangkai pesawat boing 737 yang isinya berbagai macam kuliner kurma Adanya toilet yang bersih
3. Memiliki pemandangan yang indah
4. Lahan parkir yang luas
5. Adanya manasik haji
6. Harga tiket masuk juga terjangkau
7. Pengelola wisata kebun kurma yang ramah
8. Transportasi yang mudah di akses wisatawan

Kelemahan(*Weaknesses*):

1. sosialisasi promosi terhadap publik
2. Transportasi yang mudah di akses wisatawan
3. ketersediaan buah kurma
4. kurangnya papan petunjuk arah menuju lokasi wisata kebun kurma
5. Ketersedian fasilitas kantin
6. Kurangnya transportasi umum menuju wiata kebun kurma

Pengukuran indikator SWOT adalah penilaian dari pihak perusahaan dan pengunjung tentang pernyataan indikator SWOT tersebut. Pengukuran SWOT ini menggunakan skala likert.

Variabel Faktor Eksternal:

Peluang (*Opportunities*):

1. Wisata kebun kurma pertama di Indonesia
2. Meningkatkan kunjungan wisatawan dari waktu ke waktu baik domestik maupun mancanegara agar menjadi wisata berkelanjutan
3. Respon dan dukungan positif dari masyarakat setempat untuk pengelolaan tempat wisata kebun kurma

Ancaman (*Threats*):

1. Adanya persaingan agrowisata
2. Minat konsumen terhadap tempat wisata kebun kurma
3. Adanya perubahan musim yang terjadi pada buah kurma
4. Akses jalan menuju lokasi wisata kebun kurma

Pengukuran indikator SWOT adalah penilaian dari pihak perusahaan tentang pernyataan indikator SWOT tersebut. Pengukuran SWOT ini menggunakan skala likert.